

## **СТРУКТУРНО-СМЫСЛОВЫЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТОВ УЧЕБНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)**

В последние десятилетия в лингвистических исследованиях отмечается фокусирование внимания на изучении различных типов текстов. В частности, исследователи обращаются и к особенностям структурной организации представленных в различных культурах текстов, и к функционированию этноспецифичных лексических единиц, и к культурно детерминированным особенностям развития темы и способов аргументации и многим другим аспектам.

Тексты малого объема обладают не меньшей познавательной ценностью, чем традиционно рассматриваемые тексты в лингвистике (фольклорные, художественные, рекламные, эпистолярные и т.д.). Они способны транслировать и аккумулировать важные культурные смыслы, а также могут скрывать существенные культурно обусловленные различия.

Учебное объявление как тип текста обладает рядом ценных (в плане межкультурного сопоставления) характеристик, причем не только структурного, но и коммуникативно-прагматического характера. В частности, это наличие четко выраженных пределов: начала, конца и основного содержания, а также тематическая определенность и завершенность текста учебного объявления, его адресатность и целенаправленность. Данные особенности учебных объявлений не являются идентичными в тех или иных языковых культурах, а, напротив, находясь под влиянием конкретного языка или его носителей, приобретают культурно специфические черты. Как раз этот факт и представляет особую ценность для научного исследования, позволяя приблизиться к пониманию «чужой» культуры.

Целью данной статьи является выявление структурно-смысловых и прагматических характеристик немецко- и русскоязычных учебных объявлений.

Материалом для исследования послужили учебные объявления на немецком и русском языках. Объявления на немецком языке были отобраны в университетах городов Бонна и Штутгарта, а также на Интернет-сайте Свободного университета Берлина, русскоязычные объявления – в Минском государственном лингвистическом университете, Белорусском государственном университете, Белорусском государственном техническом университете, а также Белорусском государственном экономическом

университете. Всего было проанализировано 400 текстов учебных объявлений (по 200 на каждом названном языке).

Учебное объявление представляет собой монологический, письменный, моделированный (имеет заранее заданный формат), преимущественно знаково-однородный тип текста, выполняющий репрезентативную и/или директивную коммуникативную функцию. Прототипическая структура объявления имеет трехчастный характер и включает основную информирующую часть (обычно представленную композиционной схемой **«темпоральный конкретизатор + основная часть + пространственный конкретизатор»**) и две фатические (контактоустанавливающую и контакторазмыкающую). При этом содержательная часть представляет собой обязательный инвариантный компонент, в то время как контактоустанавливающий и контакторазмыкающий компоненты могут опускаться.

Анализ практического материала показал, что в структуре как немецкоязычных, так и русскоязычных объявлений наблюдается варьирование частей. В частности, трехкомпонентная структура свойственна 43 % немецких и 40 % русских объявлений. 44 % русскоязычных объявлений и 41 % объявлений на немецком языке состоят из двух частей (99 % русскоязычных объявлений имеют структуру «контактоустанавливающая часть + информирующая, 1 % – информирующая часть + контакторазмыкающая; в 74 % немецкоязычных объявлений отсутствует контакторазмыкающая часть, в 26 % – контактоустанавливающая»). И лишь незначительное количество (16 %) учебных немецких и русских объявлений имеют однокомпонентную структуру. Превалирование схемы «контактоустанавливающая часть + информирующая» в двухкомпонентных русскоязычных объявлениях объясняется тем, что адресант фиксируется в содержательной части, и, следовательно, необходимость в контактоустанавливающей части отпадает. В двухкомпонентных немецкоязычных объявлениях высокий процент отсутствия контакторазмыкающей части связан с тем фактом, что в 41 % случаев информация об адресанте указывается над контактоустанавливающей частью и частично в содержательной части.

Для контактоустанавливающей части русскоязычных учебных объявлений типично использование двух основных компонентов: формулы привлечения внимания и обращения. Данные компоненты выражены с помощью элемента *Внимание!* (12 %), обращений типа *Уважаемые студенты!* (18 %), синкретичных контактоустанавливающих формул (например, *Вниманию студентов!*), общий процент которых достаточно высок (23,3 %), а также с использованием компонента *Объявление* (11 %). Сравнительно в небольшом количестве русскоязычных объявлений в контактоустанавливающей части представлена иллюкутивная направленность текста (4,2 %) и проспективная экспликация его темы – в 8 % текстов (из них лишь в 2 % зафиксирована учебная тематика, в 6 % остальных случаев тема связана с культурно-развлекательными мероприятиями).

Перспективная экспликация темы учебного объявления в контактоустанавливающей части и иллокутивная направленность текста свойственны, в первую очередь, немецкоязычным учебным объявлениям. В частности, перспективная экспликация темы текста встречается здесь в 60,6 % случаев, иллокутивная направленность – в 5,3 %. Использование широко распространенных в русском языке формул привлечения внимания и обращения в контактоустанавливающей части, нетипично для немецкоязычных объявлений. Так, элемент *Achtung!* нами был зафиксирован в 2,6 % случаев, обращение – в 5 %, а синкретичные контактоустанавливающие формулы, объединяющие формулу привлечения внимания и обращения, вообще отсутствовали.

Темпоральные конкретизаторы встречаются в 45 % проанализированных учебных объявлений на русском языке (например, *в срочном порядке, не позднее*) и 57 % немецких объявлений, (например, *dringend* ‘срочно’, *(ab)sofort* ‘немедленно’, *bis spätestens zum...* ‘не позднее, чем...’, *letztmalig* ‘крайний срок’, *rechtzeitig* ‘вовремя’).

Наряду с темпоральными примерно в 45 % русскоязычных объявлений и 53% объявлений на немецком языке было зафиксировано наличие пространственных конкретизаторов.

В контакторазмыкающей части в роли адресанта может выступать **конкретное лицо** (19% в объявлениях на русском языке, 43 % – на немецком). В большей части русскоязычных объявлений (56%) адресант является **собирательным**: деканат, кафедра, профком и т.д. В немецкоязычных объявлениях (11 %) – это *Fachschaft* ‘отделение университета’, *Referat* ‘отдел, сектор’.

Основными иллокутивными функциями учебного объявления как типа текста являются репрезентативная и директивная. Подавляющее большинство (83 %) учебных объявлений на немецком языке ставят целью сообщить адресату информацию и, таким образом, представляют собой **репрезентативы**. Существенная часть русскоязычных учебных объявлений (56 %) характеризуется побудительной иллокутивной функцией, т.е. представляет собой **директивы**, где 28 % составляют прескриптивные **директивы** (требование, приказ) и 28% – реквестивы (просьба, приглашение). Директивный характер русскоязычных объявлений требует использования определенных грамматических средств, в первую очередь инфинитива (41 %) и деонтических модальных средств (*ср. необходимо* (14 %), *обязательно* (4 %), *должны* (4 %), *нужно* (1,6 %)), маркирующих достаточно сильную иллокуцию (распоряжение, приказ, требование). Информировующий или некатегорично-побуждающий характер немецкоязычных учебных объявлений обуславливают в свою очередь крайне низкую частотность употребления инфинитива (1 %) и других модальных показателей (4,1 %), усиливающих иллокутивную силу текста. В текстах на немецком языке в 2 % случаев использовался лексический показатель вежливости *Bitte* ‘пожалуйста’, введение которого в поверхностную структуру высказываний смягчало категоричность директивной интенции.

На наш взгляд, знание выявленных закономерностей может оказаться важным не только для определения особенностей текстов учебных объявлений в немецкой и русской языковых культурах, но и для повышения эффективности межкультурного общения в сфере учебного дискурса.

